

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H., 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Aji, M., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). The Influence Of Online Customer Review And Customer Rating On Interest In Buying Fashion Products On The Shopee Platform (Study On Management Students At University Buana Perjuangan Karawang). *Management Studies & Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9373-9392.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Deciosion Proseses*, 05(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). *Preceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior*. *Journal Of Applied Social Phycologi*, 32(4), 665-683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (2nd ed). Open University Press.
- Alizah, A. U. N., Supeni, R. E., & Setianingsih, W. E. (2025). Pengaruh Content Gratis Ongkir Dan Online Customes Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Kota Jember). *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 27(1), 61-76.
- Amelia, A. M., Hariasih, M., & Indayani, L. (2025). Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Shopee. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 4(4), 1180-1191.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136.
- Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Content Marketing Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1205-1226.
- Andriyani, L., & Huda, N. (2025). Pengaruh Influencer Marketing, Product Quality Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Skincare Glad2Glow. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 15(1), 54-65.

- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh influencer, harga dan kualitas produk skincare scarlett whitening terhadap keputusan pembeli Generasi Z, DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293-1308.
- Apriani, S., & Bahrun, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14-25.
- Apristiani, A., & Rosyadi, I. (2024). Pengaruh Viral Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada E-Commerce Di Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 85-94.
- Ar-Rasyid, M. H., Satiawan, A. A., Alfiansyah, A., & Hamid, R. S. (2023). Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Pada Media Sosial dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1873-1887.
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aisah, N., & Permana, B. (2023). Pengaruh viral marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 594-605.
- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 2(2), 73-79.
- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 8-19.
- Endarwantika, K. K., & Soebiantoro, U. (2024). Pengaruh Influencer Review, Persepsi Harga dan Brand Image terhadap Minat Pembelian Produk Azarine di Kalangan Mahasiswa Surabaya. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6709-6714.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, vol. 7, 17-32.
- Esra, E. E. S., Silalahi, L. I., Efridayanti, T., Pakpahan, R. N., & Octoyuda, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Skincare Azarine Persepsi Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gen Z di Universitas HKBP Nommensen Medan. *Jurnal Media Informatika*, 6(3), 1666-1671.

- Fatmasari, A. N., & Barusman, M. Y. S. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada TikTokshop (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Bandar Lampung). *eCo-Buss*, 7(3), 1901-1912.
- Fauzi, D. H. F., & Ali, H. (2021). Determination of purchase and repurchase decisions: Product quality and price analysis (Case study on Samsung smartphone consumers in the city of Jakarta). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794-810.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
- Fitria, A., & Nugroho, A. Y. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Marketplace. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(2), 188-199.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Edisi Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang: Indonesia
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam, (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (8th ed). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). *Metodelogi Research jilid 3*. Yogyakarta: Andi.
- Haitao, N. (2022). Analysis of price perception, purchase interest and marketing performance on purchase decisions. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(4), 693-702.
- Iswiyanti, A. S., Rachmat, S. A., Sidiq, A. F., & Salsabila, T. P. (2023). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk skincare di onlineshop@ selfcare. id. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2).

- Khoiriah, I. L. N., Mursito, B., & Marwati, F. S. (2023). Keputusan Pembelian Ditinjau Varian Produk, Citra Merek dan Brand Ambassador Terhadap Sunscreen Azarine di Surakarta. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(2), 177-183.
- Kinanti, S., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kota Batam. *eCo-Buss*, 5(3), 880-893.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid 1 dan 2*. Jakarta. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga. Jakarta. 1(2)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15e. In Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España (Vol. 22).
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh brand ambassador korea lee minho, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sunscreen azarine (studi pada mahasiswa aktif fakultas ekonomika dan bisnis unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 174-186.
- Mahdalena, K., Zulaikah, Z., & Susanti, Y. (2025). The Influence Of Brand Trust, Product Quality, and Consumer Satisfaction On Product Purchasing Decisions Sunscreen Wardah Based On an Islamic Business Perspective: User Study Sunscreen Wardah Student Class Of 2021 UIN Raden Intan Lampung. *Indonesian Economic Review*, 5(1), 32-52.
- Maro'ah, A., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Rembang Kota. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 434-442.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370-1385.
- Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15-24.

- Maulida, R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Survey Pada Followers Instagram Scarlett Whitening). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(24), 607-615.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh online customer review terhadap purchase intention dengan trust sebagai intervening pada toko online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.
- Ndaru, R. M. M., Rahayu, S., & Sundjoto, S. (2025). Pengaruh Brand Image, Influencer Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Aplikasi TikTok. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 6533-6543.
- Nugroho, A., & Soliha, E. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kecantikan: Peran Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Celebrity Endorsement. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 226-242.
- Novitasari, A., & Istikomah, K. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen Wardah di Jakarta Selatan). *Musyteri: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 24(10), 261-270.
- Nugroho, W., & Vildayanti, R. A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Tangerang). *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 669-682.
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Ovirya, N., & Saputri, M. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1049-1054.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh beauty influencer dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk facial wash Garnier di Surabaya. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764-772.
- Peter, J. P., & Jerry C. Olson. (2015). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran ( 1st Indonesia Language ed.)*. Penerbit Erlangga.

- Pratama, R. T., & Yyulianti, E. (2021). *Application of Theory Planned Behavior in Consumers' Purchase Decision Of Cats and Dogs Food Products. ASEAN Marketing Journal*, 12(2). <https://scholarhub.ui.ac.id/amj/vol12/iss2/4/>
- Purwanti, Y., & Evyanto, W. (2025). Pengaruh Endorsement Influencer, Online Customer Review, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Tiktok Shop. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 12(2), 1-13.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98-104.
- Putra, M. S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2), 276-285.
- Rosalinda, R., & Suryani, W. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Di **Tiktok Shop (Pada Orang Muda Katolik Paroki Aekkanopan). Innovative: Journal Of Social Science Research**, 3(2), 7001-7012.
- Rosanti, N., & Salam, K. N. (2021). The effects of brand image and product quality on purchase decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365-375.
- Rustini, N. W., & Sunarsih, N. M. (2017). Fraud Triangle and Planned Behavior: An Integrated Model For Predicting Fraudulent Intentions. *Internasional Journal Of Academic Research In Business and Social Scienes*, 7(6), 2222-6990. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i6/3034>
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk dan review beauty vlogger terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Among Makarti*, 15(1).
- Sholikhah, M. N., Diyah, I. A., & Pawenang, S. (2025). Keputusan Pembelian Produk Emina Ditinjau dari Media Sosial, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk (Studi pada Sinar Kosmetik di Surakarta). In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series* (Vol. 8, No. 2).
- Sigmaresearch. (2025, October 17). Tren Perilaku Konsumen 2025 di Indonesia: Data dari Perusahaan Survey & Riset Pasar. Sigma Research. <https://sigmaresearch.co.id/tren-perilaku-konsumen-indonesia-2025/>

- Sinaga, D. Y., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Kota Batam. *eCo-Buss*, 6(2), 575-585.
- Sipahutar, A. W. G. R., Surbakti, E. Y., & Hasibuan, A. S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 93-99.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulaiman, M. R., & Rachmawati, D. (2019, April 16). Sejarah panjang Kosmetik Halal Indonesia bersama Wardah. [suara.com. https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah](https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah)
- Tesniwati, R., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Lestary, N. E. (2025). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1974-1981.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2021). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (5th ed.). . Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis Dan Praktek Bisnis*. Jakarta: PT Radjawali Persada.
- Vanessa, A., & Tjiptodjojo, K. I. (2024). Perilaku Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 831-837.
- Wafa, I. (2025, July 16). 10 Sunscreen Terlaris di Shopee 2025, Mana Favoritmu? GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/10-sunscreen-terlaris-di-shopee-2025-mana-favoritmu-CQv1P>
- Wafa, I. (2025, October 3). 10 Brand Sunscreen Terlaris di E-Commerce Indonesia 2025, Mana Favoritmu? GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-sunscreen-terlaris-di-e-commerce-indonesia-2025-mana-favoritmu-EH3sR>

- Wulandari, A., & Bahrin, K. (2024). Pengaruh Online Consumer Review Dan Online Consumer Rating Terhadap Online Purchase Decision Produk Wardah Official Shop Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen UMB). *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 5(1), 70-85.
- Yulistiyan, N., Afwa, A., & Puspita, A. (2024). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada event tanggal kembar Shopee di Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 20-37.
- Yusri, A. A. (2024, 27 Oktober). Sejarah Skincare dari Mesir Kuno hingga Era Modern. RRI.co.id. <https://rri.co.id/lain-lain/1075299/sejarah-skincare-dari-mesir-kuno-hingga-era-modern>

